

## التذييل الرابع

### الاستراتيجية الإعلامية لخطة عمل البحر المتوسط

كما اعتمدها الأطراف المتعاقدة (مالطة، ٢٧-٣٠ تشرين الأول/أكتوبر ١٩٩٩)

## مقدمة

طلبت الأطراف المتعاقدة في اتفاقية برشلونة في اجتماعها العادي العاشر (تونس، ١٨-٢١ تشرين الثاني/نوفمبر ١٩٩٧) من الأمانة أن تقدم إلى المكتب برنامج عمل ملموس في مجال الإعلام في إطار منظومة خطة عمل البحر المتوسط. وقدمت الأمانة تقريراً عن هذا البرنامج إلى اجتماع المكتب (طرابلس - ١٦-١٧ تشرين الثاني/نوفمبر ١٩٩٨) لينظر فيه. وعقب استعراض الوثيقة المقدمة، طلب المكتب من الأمانة عقد اجتماع فريق عمل بشأن الاستراتيجية الإعلامية لخطة عمل البحر المتوسط.

تمثل هذه الوثيقة الوثيقة الأولية المعدلة بناء على توصيات لتوضح استنتاجات اجتماع الفريق العامل بشأن الاستراتيجية الإعلامية لخطة عمل البحر المتوسط، أثناء، ١-٢ نيسان/أبريل ١٩٩٩.

## ١ ولاية خطة عمل البحر المتوسط

في حزيران/يونيه ١٩٩٢، شهد مؤتمر الأمم المتحدة المعني بالبيئة والتنمية في ريو دي جانيرو أكبر عدد من رؤساء الدول والحكومات اجتمع في مكان واحد لمناقشة البيئة والتنمية المستدامة.

إن إعلان ريو المعتمد يشمل بياناً مهماً بشأن حق الجمهور العام أن يؤخذ في الاعتبار في المسائل المتعلقة بالبيئة. إن المبدأ ١٠ من إعلان ريو بشأن البيئة والتنمية ينص على:

"على المستوى الوطني يحق لكل فرد الحصول المناسب على المعلومات المتعلقة بالبيئة التي تحتفظ بها السلطات العامة بما في ذلك المعلومات عن المواد الخطرة والأنشطة في مجتمعاتها وإتاحة فرصة المشاركة في عمليات اتخاذ القرارات"

وتسليماً بأهمية دور الإعلام الجماهيري والوعي الجماهيري اللذان يقومان بإنجاح أي استراتيجية لخطة عمل البحر المتوسط لحماية بيئة البحر المتوسط والتنمية المستدامة للمنطقة، وضعت أحكام في المرحلة الثانية لخطة عمل البحر المتوسط والتعديلات المختلفة التي أدخلت على اتفاقية برشلونة وبروتوكولاتها وكذلك على البروتوكولات الثلاثة التي تمت الموافقة عليها خلال الفترة ١٩٩٤-١٩٩٧.

وينبغي أن تشكل الصكوك القانونية الأساس القانوني للاستراتيجية الإعلامية والوعي الجماهيري لخطة عمل البحر المتوسط.

## ٢ دور خطة عمل البحر المتوسط

إن الدور الذي دعيت إلى القيام به خطة عمل البحر المتوسط بشأن الإعلام هو تنسيق الأعمال والقيام بدور حافز في حماية بيئة البحر المتوسط وتعزيز التنمية المستدامة في الإقليم.

وبشكل محدد:

١-٢ توفير المعلومات ذات العلاقة لمتخذي القرارات لمساعدتهم في تعزيز التنمية المستدامة وحماية البيئة وتنفيذها؛

٢-٢ توفير المعلومات للجمهور فيما يتصل بحالة بيئة منطقة البحر المتوسط والتدابير المعتمدة لتحسينها لتعزيز الوعي البيئي في منطقة البحر المتوسط؛

٣-٢ تشجيع وصول الجمهور ومشاركته في الأنشطة الإعلامية لحماية البيئة في منطقة البحر المتوسط؛

٤-٢ حشد مشاركة العاملين الرئيسيين المعنيين.

### ٣ استراتيجيات خطة عمل البحر المتوسط بشأن الإعلام والوعي الجماهيري

لتمكين خطة عمل البحر المتوسط من الإيفاء بدورها، ينبغي وضع استراتيجيات إعلامية وللووعي الجماهيري لخطة عمل البحر المتوسط تفصيلية. وينبغي أن تصف هذه الاستراتيجية نوع المعلومات والرسائل التي تخاطب بها شركاء خطة عمل البحر المتوسط والجمهور العام وكذلك أكثر إجراءات الاتصالات البيئية فاعلية. ويمكن تعريف المعلومات كما يلي:

١-٢ معلومات لمتخذي القرارات: عنصر حرج لوضع السياسة البيئية. في واقع الأمر لا يمكن الفصل بين الاتصالات والتنمية. لقد أدرك صانعو السياسة وقادة الأعمال والصناعة وموظفو الحكومة أن مشاعر الجمهور أصبحت اعتباراً مهماً في المسائل المتعلقة بالبيئة وأن القرارات السياسية ينبغي أن تقوم على معلومات سليمة.

٢-٣ الإعلام الجماهيري وزيادة الوعي العام: هي عملية نقل المعلومات المتعلقة بالجمهور أو في بعض الأحيان إلى مجموعات مستهدفة خاصة (مثل تلاميذ المدارس والسياح ورجال الصناعة وما إلى ذلك) من أجل الحصول على تأييدهم لأهداف خاصة لخطة عمل البحر المتوسط وتعزيز الأهداف العامة للخطة. إن المشاركة ليست مسألة منعزلة ولكنها بالأحرى تشير إلى مجموعة من الأنشطة والنتائج.

٣-٣ وصول الجمهور ومشاركته: الإعلان عن القضايا التي يجري التصدي لها والأهداف التي يجري السعي من أجلها والإنجازات التي تتحقق في إطار خطة عمل البحر المتوسط، على الجمهور العام إلى أقصى حد من خلال وسائل مختلفة من الاتصالات وتوفير الحصول على المعلومات وتشجيع الجمهور على المشاركة في الحوار.

ولوضع استراتيجيات أساسية ذات أهداف واضحة للإعلام والوعي الجماهيري وجدول زمنية لتحقيقها، ينبغي أن تكون العملية بكاملها حساسة للجوانب الثقافية والاجتماعية والسياسية والاقتصادية للمنطقة وتكيفها بناء على ذلك. ومن ثم تحتاج الأدوار المختلفة والاستراتيجية إلى تعيينها لفئات مختلفة لجهات اتصال الأطراف المتعاقدة ومراكز الأنشطة الإقليمية.

ينبغي أن تقوم استراتيجيات خطة عمل البحر المتوسط للإعلام والوعي على خطة محددة جيداً وأهداف واضحة: ما هي وإلى من وكيف.

### توصيات

- إنشاء وظيفة موظف إعلامي بدوام كامل في وحدة البحر المتوسط؛
- دعوة الأطراف المتعاقدة إلى تعيين جهات اتصال بشأن الإعلام؛
- تصميم واستخدام شعار مشترك لخطة عمل البحر المتوسط (علامة تعريف لخطة عمل البحر المتوسط) في جميع منشورات خطة عمل البحر المتوسط (وحدة تنسيق البحر المتوسط ومراكز الأنشطة الإقليمية) بما في ذلك شعار خطة عمل البحر المتوسط.

## ٤ المنتج: ما الذي يتعين توصيله

اتفاقية برشلونة وولايتها وملف خطة عمل البحر المتوسط. وأنشطة خطة عمل البحر المتوسط و ٢٠ عاماً من الخبرة في حماية البيئة وتعزيز التنمية المستدامة في المنطقة مع معلومات مختارة ومفيدة لدعم متخذي القرارات وتعزيز الوعي البيئي.

## توصية

- ينبغي على الأطراف المتعاقدة أن تحدد نوع المعلومات التي توصلها.

## ٥ الهدف: إلى من يتعين توصيل المنتج

يشير مصطلح هدف، في هذا السياق، إلى الجمهور الذي تستهدفه نتائج الإعلام والوعي لخطة عمل البحر المتوسط. ينبغي أن يكون الجمهور هو المستفيد من الاستراتيجية الإعلامية ويمكن تحديده كما يلي:

١-٥ - متخذو القرارات (مثل الأطراف المتعاقدة والوكالات الحكومية وجهات اتصال خطة عمل البحر المتوسط)؛

- المنظمات الحكومية الدولية (برنامج الأمم المتحدة للبيئة وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي واللجنة الإقبيانوغرافية الدولية والمنظمة البحرية الدولية ومنظمة الأغذية والزراعة ومنظمة الصحة العالمية واللجنة الأوروبية وأمانات الاتفاقيات وما إلى ذلك).

٢-٥ - القطاعان الاقتصادي والاجتماعي؛

- مجتمع الأعمال/القطاع الخاص؛

- الجامعات والمكتبات والمجتمع العلمي؛

- المنظمات غير الحكومية.

٣-٥ - الأطفال والشباب؛

- وسائل الإعلام الجماهيرية؛

- جمهور السياح.

للوصول إلى جميع المجموعات المستهدفة يعتبر العنصر الرئيسي هو "إضفاء الطابع الوطني". ينبغي أن تدعم مراكز الأنشطة الإقليمية والأطراف المتعاقدة بناء قدرات الإعلام وينبغي حثها على المساعدة في إعداد ونشر معلومات خطة عمل البحر المتوسط. ومن غير المحتمل أن تتمكن خطة عمل البحر المتوسط ومواردها البشرية، بغض النظر عن كفاءتها، أن تكون فعالة في الوصول إلى الجمهور الإقليمي والوطني والمحلي دون مساعدة السلطات المختصة على صعيدين الإقليمي والوطني.

ومع ذلك وحتى يتم تمويل المساعدة الضرورية للموظفين الحاليين (ستحدد في نطاق الاستراتيجية الإعلامية لخطة عمل البحر المتوسط المعتمدة) يمكن إجراء تحسينات من خلال الموارد البشرية الحالية لخطة عمل البحر المتوسط.

## توصيات

- ينبغي التوسع في المجموعات المستهدفة واستكمالها دورياً طبقاً للاحتياجات؛

- ينبغي أن تقوم وحدة تنسيق البحر المتوسط ومراكز الأنشطة الإقليمية وجهات اتصال الإعلام المتوقعة بدور فعال في نشر المعلومات عن وحدة تنسيق البحر المتوسط وخطة عمل البحر المتوسط على المستويات الدولية والإقليمية والوطنية والمحلية؛
- ينبغي أن تضمن وحدة تنسيق البحر المتوسط ومراكز الأنشطة الإقليمية وجهات اتصال المعلومات المتوقعة أن القائمة البريدية لخطة عمل البحر المتوسط يجري استعراضها على نحو صحيح واستكمالها بشكل روتيني وتعزيز التعاون بين وحدة تنسيق البحر المتوسط ومراكز الأنشطة الإقليمية فيما يتعلق بالقائمة البريدية ونشر المعلومات بصورة عامة؛
- ينبغي أن تضمن مراكز الأنشطة الإقليمية إيداع جميع المنشورات والتقارير في مكتبة وحدة تنسيق البحر المتوسط في الوقت المناسب؛
- وعندما تصدر الهيئات ذات العلاقة في إطار الأطراف المتعاقدة منشورات عن البيئة، ينبغي أن تشير هذه المنشورات إلى خطة عمل البحر المتوسط وأنشطتها عندما تتعلق بذلك.

## ٦ الوسائل: الطرق والموارد التي تستخدم

ينبغي أخذ ما يلي في عين الاعتبار:

تتفاوت أوضاع النشر الواسع للمعلومات عن خطة عمل البحر المتوسط تفاوتاً كبيراً من بلد إلى آخر في المنطقة. وبغض النظر عن الاختلافات الثقافية والاقتصادية والسياسية الجغرافية واللغوية، هناك اختلافات محددة في تكنولوجيا الحصول على المعلومات وإدارتها ونشرها فيما بين بلدان خطة عمل البحر المتوسط.

تختلف الأطراف المتعاقدة في تلقيها للمعلومات عن خطة عمل البحر المتوسط. فمثلاً تحظى الحساسية السياسية والجمهورية للقضايا البيئية باهتمام أكثر في بعض البلدان عن بلدان أخرى، ويوجد لدى البعض تقليد طويل ومؤسسات ووسائل لنشر المعلومات.

وتتفاوت الإعلام الجماهيري تفاوتاً كبيراً في أجزاء مختلفة من المنطقة. فبعض القضايا ذات الشاغل الجماهيري الكبير في بعض الأطراف المتعاقدة، قد تحظى باهتمام قليل أو لا تحظى بأي اهتمام في أطراف أخرى.

وتتفاوت عمليات الوصول إلى الجمهور من بلد إلى آخر وتعتبر بعض وسائل الإعلام أكثر تطوراً من غيرها في بلدان وأوضاع مختلفة.

وحالياً، يجري الوصول إلى المجموعات المستهدفة من خلال القائمة البريدية التي تحتوي على ١٧١٤ مدخلاً تقوم بتجميعها وحدة تنسيق البحر المتوسط في أثينا ومراكز الأنشطة الإقليمية. وتستخدم أو استخدمت الوسائل التالية:

### ٦-١ المنشورات

#### أ منشورات خاصة

- سلسلة التقارير التقنية لخطة عمل البحر المتوسط
- الاتفاقية والبروتوكولات
- تقارير اجتماعات خطة عمل البحر المتوسط ومراكز الأنشطة الإقليمية
- منشورات مراكز الأنشطة الإقليمية

#### ب مواد إعلامية عامة

- نشرة أمواج المتوسط

- كتيبات و منشورات
- إعلانات وملصقات

#### أ منشورات خاصة

#### سلسلة التقارير التقنية لخطة عمل البحر المتوسط

تحتوي السلسلة على تقارير مختارة ناتجة عن أنشطة مختلفة تمت في إطار عناصر خطة عمل البحر المتوسط.

تم نشر ١٢٤ مجلداً حتى الآن وُزعت بناء على القائمة البريدية لوحدة تنسيق البحر المتوسط وبناء على طلبها.

#### توصيات

- الارتقاء بعرض سلسلة التقارير التقنية؛ اتخاذ إجراء فوري بشأن عرض سلسلة التقارير التقنية. وفي المدى المتوسط ينبغي التدقيق المنتظم في سلسلة التقارير التقنية وتحديثها من قبل محرر مؤهل ويفضل من له خلفية علمية قبل نشرها؛
- تشجيع مراكز الأنشطة الإقليمية على الكتابة في سلسلة التقارير التقنية؛
- حث جهات الاتصال الوطنية على مساعدة وحدة تنسيق البحر المتوسط في تعزيز القائمة البريدية لسلسلة التقارير التقنية من خلال تزويدها بقائمة بالمنظمات غير الحكومية والمكاتب الوطنية.

#### الاتفاقية والبروتوكولات

- خطة عمل البحر المتوسط والوثيقة الختامية لمؤتمر المفوضين للدول الساحلية لمنطقة البحر المتوسط لحماية البحر المتوسط، ٥٢ صفحة. الأمم المتحدة، نيويورك ١٩٨٠. اللغات: الإنجليزية والفرنسية والأسبانية والعربية.
  - خطة عمل البحر المتوسط، مؤتمر المفوضين للدول الساحلية لمنطقة البحر المتوسط لحماية البحر المتوسط من التلوث من مصادر برية. الوثيقة الختامية والبروتوكول، ١٨ صفحة نشرتها الأمم المتحدة، نيويورك ١٩٨٠.
  - البروتوكول المتعلق بالمناطق المتمتعة بحماية خاصة في البحر المتوسط، ٣٢ صفحة. وحدة البحر المتوسط، أثينا، ١٩٨٦. اللغات: الإنجليزية والفرنسية والأسبانية والعربية (في مجلد واحد).
  - خطة عمل البحر المتوسط واتفاقية حماية البحر المتوسط من التلوث والبروتوكولات المتصلة بها، ٦١ صفحة. وحدة تنسيق البحر المتوسط، أثينا، ١٩٩٢. اللغات: الإنجليزية والفرنسية والأسبانية والعربية.
  - خطة عمل البحر المتوسط واتفاقية حماية البيئة البحرية والمنطقة الساحلية للبحر المتوسط وبروتوكولاتها، وثيقة غير رسمية. وحدة تنسيق البحر المتوسط، أثينا، ١٩٩٧.
- وُزعت هذه المنشورات على مجموعة مختارة من أسرة خطة عمل البحر المتوسط (جهات الاتصال والخبراء الحكوميين والمنظمات الحكومية الدولية والمنظمات غير الحكومية والمكاتب) وبناء على طلبها على المؤسسات ووسائل الإعلام.

#### توصيات

- تحسين العرض (سهولة القراءة وسهولة الحصول عليها وسهولة الرجوع إليها)؛ ينبغي أن يكون الهدف متوسط المدى تصميم مشترك للشعار والشعار المحتمل لخطة عمل البحر المتوسط؛
- ينبغي أن نتاح المنشورات بالإنجليزية والفرنسية وينبغي بذل جهود خاصة لإصدارها بالعربية أيضاً وقضاً عن ذلك ينبغي توزيع المنشورات في المكان المخصص لها خلال الاجتماعات.

#### تقارير اجتماعات خطة عمل البحر المتوسط ومراكز الأنشطة الإقليمية

إن جميع تقارير ووثائق اجتماعات خطة عمل البحر المتوسط، من عام ١٩٧٥ حتى الآن، مودعة لدى مكتبة وحدة البحر المتوسط وتشكل قاعدة البيانات MEDDOC. إن قائمة اجتماعات ووثائق خطة عمل البحر المتوسط تُنشر وتوزع كل سنتين.

توزع تقارير اجتماعات خطة عمل البحر المتوسط على مجموعة مختارة من أسرة خطة عمل البحر المتوسط ومراكز الأنشطة الإقليمية (جهات الاتصال والخبراء الحكوميين والمنظمات الحكومية الدولية والمنظمات غير الحكومية) وبناء على طلبها على المؤسسات والأكاديميات والباحثين والطلاب وكذلك على وسائل الإعلام الجماهيري.

#### منشورات مراكز الأنشطة الإقليمية

#### توصيات

- تشجيع مراكز الأنشطة الإقليمية على الارتقاء بمنشوراتها التي تقوم بإنتاجها وتوزيعها؛
- يتعين أن تتماشى منشورات مراكز الأنشطة الإقليمية مع تصميم الشعار المشترك (تحديد علامة خطة عمل البحر المتوسط) وتشمل شعار خطة عمل البحر المتوسط في المدى الطويل.

ب مواد إعلامية عامة

#### توصية

- ينبغي نشر المواد الإعلامية لخطة عمل البحر المتوسط باللغة العربية أيضاً وبالأسبانية عندما تتاح الموارد.

#### أمواج المتوسط

صدر العدد الأول من أمواج المتوسط في تموز/يوليه ١٩٨٥ بالإنجليزية والفرنسية. ومنذ عام ١٩٩٠، وعقب مقرر الأطراف المتعاقدة، تُنشر أمواج المتوسط بالإنجليزية والفرنسية والعربية. إن أول عدد لأمواج المتوسط بالعربية هو رقم ١٩، كانون الثاني/يناير ١٩٩٠. وتصدر نشرة أمواج المتوسط ثلاث أو أربع مرات سنوياً وترسلها وحدة تنسيق البحر المتوسط إلى حوالي ٢٠٠٠ منلقي في نسخات متعددة في جميع أنحاء العالم. وتوزع على جهات الاتصال والخبراء الحكوميين والمكاتب والعلماء والمنظمات غير الحكومية والمنظمات الحكومية الدولية والصحفيين وآخرين بناء على طلبهم.

#### توصيات

- وضع نسخة إلكترونية من أمواج المتوسط في Webste خطة عمل البحر المتوسط؛
- تحسين تصميم وإخراج أمواج المتوسط، بالرغم من التقدم المحرز فيها. إعادة هيكلة المحتويات (الجزء التحريري، بناء على الموضوع الرئيسي لكل عدد والأنشطة والإنجازات والمعلومات عن مراكز الأنشطة الإقليمية والمنظمات غير الحكومية وقائمة الاجتماعات وما إلى ذلك)؛
- ضمان أن تسلّم جهات الاتصال والمصادر الأخرى التقارير في الوقت المناسب إلى محرر أمواج المتوسط؛

- تخصيص صفحة أو نصف صفحة لكل مركز أنشطة إقليمية وصفحة لشركاء خطة عمل البحر المتوسط والمنظمات غير الحكومية وجعل هؤلاء المساهمين مسؤولين عن توفير النصوص لاستكمال الصفحة؛
- إرسال أمواج المتوسط إلى مراكز الأنشطة الإقليمية وجهات الاتصال والمنظمات غير الحكومية وحثها على توزيع أمواج المتوسط على المنظمات غير الحكومية الوطنية والمحلية والمكاتب والمؤسسات والعلماء ووسائل الإعلام؛
- تقييم جدوى زيادة تواتر نشر أمواج المتوسط (٦ أعداد سنوياً) بالتزامن مع خفض عدد الصفحات.

#### الكتيبات والمنشورات

- أول كتيب لخطة عمل البحر المتوسط، خطة عمل البحر المتوسط، ٢٨ صفحة أعدتها وحدة تنسيق البحر المتوسط ونشرتها في عام ١٩٨٥ بجميع لغات البحر المتوسط. وقامت بتوزيعها وحدة البحر المتوسط على جميع المثقفين الدوليين وجهات الاتصالات على المستوى الوطني.
- إعلان جنوة بشأن العقد الثاني للبحر المتوسط، أعدته وحدة تنسيق البحر المتوسط ونشرته في عام ١٩٨٨. اللغات: جميع لغات البحر المتوسط (في مجلد واحد).
- كتيب ارتفاع سطح البحر وجفاف التربة، ٤٨ صفحة صممه ونشرته وحدة تنسيق البحر المتوسط ومركز الأنشطة البرنامجية للبحار والمناطق الساحلية (نيروبي)، في عام ١٩٩١. اللغات: الإنجليزية والفرنسية والعربية.
- كتيب خطة عمل البحر المتوسط، خطة عمل البحر المتوسط، ٤٠ صفحة أعدت من أجل قمة ريو، قامت وحدة تنسيق البحر المتوسط بتجميعه ونشره في عام ١٩٩١. اللغات: الإنجليزية والفرنسية.
- كتيب خطة عمل البحر المتوسط عن لجنة البحر المتوسط للتنمية المستدامة: قناة إقليمية لجدول القرن ٢١، أعدته وحدة البحر المتوسط ونشرته في عام ١٩٩٧. اللغات: الإنجليزية والفرنسية (في مجلد واحد).
- كتيب خطة عمل البحر المتوسط، خطة عمل البحر المتوسط: مساهمة في التنمية المستدامة في البحر المتوسط، ٣٦ صفحة أعدته وحدة تنسيق البحر المتوسط ونشرته في عام ١٩٩٦. اللغات: الإنجليزية والفرنسية.
- منشور من أربع طيات أعدته وحدة تنسيق البحر المتوسط ونشرته في عام ١٩٩٧. اللغات: الإنجليزية والفرنسية.
- كتيبات مختلفة عن الخطة الزرقاء ومركز الأنشطة الإقليمية للمناطق المتمتعة بحماية خاصة.

#### توصيات

- استكمال الكتيب المؤسسي لخطة عمل البحر المتوسط حسب الضرورة؛ من الممكن إضافة جيب في الصفحة الأخيرة لوضع معلومات مستكملة. اللغات: الإنجليزية والفرنسية والعربية؛
- وضع (أ) كتيب ترويجي وتحليلي جذاب وتسهل قراءته والاستعانة به (ب) منشور يركز على بيئة البحر المتوسط. اللغات: الإنجليزية والفرنسية والعربية؛ وجميع لغات البحر المتوسط في المدى الطويل.
- وضع كتيب خاص للأطفال والشباب (السعي للحصول على مساعدة البلد ذات الخبرة في هذه الأنواع من الكتيبات)، ومن الممكن كجزء من مجموعة تثقيفية شاملة. اللغات: جميع لغات البحر المتوسط.

#### الإعلانات والملصقات

- إعلان السلحفاة

قامت بطباعته وحدة تنسيق البحر المتوسط في أثينا في عام ١٩٨٦. صورة A. Demetropoulos. ٥٠٠٠ نسخة؛

#### إعلان القيمة

قام بطباعته فرع المياه، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، نيروبي في عام ١٩٩٨. صممه J. Lamb. أرسلت ١٠٠٠٠ نسخة إلى وحدة البحر المتوسط؛

#### إعلان الدافين

طبعته وحدة تنسيق البحر المتوسط في أثينا في عام ١٩٩٥. ١٠٠٠ نسخة؛

#### إعلان وحدة تنسيق البحر المتوسط

قامت بطباعته وحدة البحر المتوسط في أثينا في عام ١٩٨٦. ١٠٠٠ نسخة.

إن الملصقات الواردة أعلاه مولها فرع المياه، برنامج الأمم المتحدة للبيئة، نيروبي. وينبغي ملاحظة أن أيًا من هذه الملصقات لم تصمم في الأصل لخدمة أغراض خطة عمل البحر المتوسط.

- رسالة أنقونوا في زجاجة: قامت بتصميمها وطباعتها في حجمين وحدة تنسيق البحر المتوسط في عام ١٩٨٤. ١٠٠٠٠٠ نسخة. أعيد طبعتها في أعوام ١٩٨٥ و ١٩٨٦ و ١٩٩٣.

ينبغي الملاحظة أن هذا الملصق يستخدمه برنامج الأمم المتحدة للبيئة من أجل "العام الدولي للبحار، ١٩٩٨" ويظهر في رؤوس رسائل برنامج الأمم المتحدة للبيئة؛

- الدافين: قامت بتصميمه وطباعته وحدة البحر المتوسط في عام ١٩٨٤. ١٥٠٠٠٠ نسخة. أعيد طباعته في أعوام ١٩٨٥ و ١٩٨٧ و ١٩٩١ و ١٩٩٣؛

- الحوت: قامت بتصميمه وطباعته وحدة تنسيق البحر المتوسط في عام ١٩٨٥. ٥٠٠٠٠ نسخة. أعيد طباعته في عامي ١٩٨٥ و ١٩٩٣؛

- حافظوا على بحارنا حية: قامت بتصميمه وطباعته وحدة البحر المتوسط في عام ١٩٨٥. ١٥٠٠٠٠ نسخة. أعيد طباعته في عامي ١٩٨٧ و ١٩٩٣؛

- ساعدونا في وقف الاحترار العالمي وارتفاع مستوى سطح البحر: قام بتصميمه فرع المياه، نيروبي. قامت بطباعته وحدة تنسيق البحر المتوسط في أثينا في عام ١٩٨٨. ١٠٠٠٠٠ نسخة. أعيد طباعته في عام ١٩٩١.

#### توصية

- إن سلسلة من الإعلانات والملصقات المصممة جيداً هي وسيلة ممتازة للوصول إلى الجمهور العام. وينبغي أن يكون الأثر بصرياً ويشمل شعار خطة عمل البحر المتوسط. وعندما يوجد نص ينبغي أن يكون باللغة المحلية.

#### ٢-٦ مكتبة وحدة تنسيق البحر المتوسط

تحتوي مكتبة وحدة تنسيق البحر المتوسط، التي أنشئت في أيار/مايو ١٩٨٦، على مجموعة صغيرة من الدراسات المتخصصة والدوريات العلمية والتقارير التقنية والمنشورات المرجعية عن التلوث البحري والتنمية المستدامة والسياسة البيئية والقانون البيئي وتغير المناخ وموضوعات أخرى ذات علاقة. وتقوم المكتبة بدور الوديع لمنشورات مراكز الأنشطة الإقليمية وتقاريرها وكذلك المنشورات العلمية والتقنية لبرنامج الأمم المتحدة للبيئة ووكالات الأمم المتحدة الأخرى



وتحتفظ بمجموعة من الوثائق الرسمية الكاملة وقاعدة بيانات عن الاجتماعات التي تنظمها وتعدها خطة عمل البحر المتوسط منذ عام ١٩٧٥ حتى الآن. وبالرغم من أن المكتبة قد صممت لاستخدام موظفي وحدة تنسيق البحر المتوسط، وبالرغم من مواردها المحدودة، وأصّلت تقديم المساعدة وتوفير الخدمات المرجعية والتدريب للمجتمع العلمي والمهني والطلابي في منطقة البحر المتوسط.

## توصيات

- تحديد السياسة العامة ووضع مبادئ توجيهية تتعلق بوضع مكتبة وحدة تنسيق البحر المتوسط وخدماتها وكذلك احتمالاتها في إطار خطة عمل البحر المتوسط والسياسة الإعلامية لخطة عمل البحر المتوسط؛
- تنظيم جمع المكتبة في شكل إلكتروني لتيسير تجميع خدمات المكتبة وإدارتها وتطويرها وتعزيزها؛
- تصميم قاعدة بيانات لمكتبة خطة عمل البحر المتوسط وتجميعها من أجل وحدة تنسيق البحر المتوسط ووثائق ومنشورات مراكز الأنشطة الإقليمية. جعل قاعدة البيانات متاحة ويمكن الوصول إليها عن طريق الوسائل التقليدية وعبر شبكة الإنترنت؛
- إنشاء شبكة معلومات لمكتبة خطة عمل البحر المتوسط مع قيام مكتبة وحدة تنسيق البحر المتوسط بدور جهة اتصال والمشاركة الفعالة لمراكز الأنشطة الإقليمية وتبادل المعلومات ونشرها؛
- تعزيز وجود مكتبة وحدة تنسيق البحر المتوسط على Web Site خطة عمل البحر المتوسط؛
- دعم المكتبة ودورها لتصبح مركزاً للمسؤوليات المتزايدة للإيداع والحصول على المعلومات البيئية وإدارتها ونشرها في المنطقة. ومن أجل هذا الغرض، ينبغي تعيين أمين مكتبة وموظفين بدوام كامل.

## ٣-٦ Web Site خطة عمل البحر المتوسط

قام بتصميم Web Site خطة عمل البحر المتوسط وحدة معالجة البيانات والمكتبة وتم تحويله على وحدة خدمة برنامج الأمم المتحدة للبيئة في آب/أغسطس ١٩٩٧، بعد موافقة اجتماع الموظفين المهنيين. ويتألف من معلومات عن خطة عمل البحر المتوسط وتاريخها وإنجازاتها والإطار القانوني لخطة عمل البحر المتوسط والهيكل المؤسسي والشراكة وبرنامج الأنشطة والمنشورات وآخر الأخبار وكذلك نشرة مصطلحات. فضلاً عن ذلك، يوفر الحصول على نسخ من تقارير مختارة لاجتماعات خطة عمل البحر المتوسط واتفاقية برشلونة وبروتوكولاتها ونسخ من ٧٣ تقريراً تقنياً لخطة عمل البحر المتوسط ووثائق ومنشورات مختلفة أخرى.

ويمكن الوصول إلى Web Site على: <http://www.unepmap.org> ويجري استكماله كل ثلاثة أسابيع تقريباً.

## توصيات

- تحديد مسؤولية محتوى واستكمال Web Site لخطة عمل البحر المتوسط لموظف الإعلام المتوقع في وحدة تنسيق البحر المتوسط؛
- استخدام خدمات مهنية لتعزيز تصميم الـ Web Site؛
- جعل محتوى الـ Web Site باللغتين الإنجليزية والفرنسية.

## ٤-٦ وسائل الإعلام الجماهيرية

يجري الاتصال بالصحافة من خلال النشرات الصحفية والمقابلات الشخصية والاتصال المباشر مع الصحفيين منفردين والمؤتمرات الصحفية بمناسبة انعقاد اجتماعات الأطراف المتعاقدة.

وينبغي الأخذ في الاعتبار أن وسائل الإعلام الجماهيرية (الصحف والمجلات والمنشورات المكتوبة والإذاعة والتلفزيون) هي مجموعة مستهدفة خاصة جداً، لاحتتمال وصولها إلى أكبر عدد من الناس.

- إن الصحف هي أكثر وسيلة مطبوعة ومتاحة لأكثر عدد من الجماهير. ومع ذلك ينبغي ملاحظة أن:
  - يقدم إلى الصحفيين البيئيين معلومات تقنية وفي بعض الأحيان متناقضة ويطلب منهم، في حدود تواريخ محددة، الاستفادة من المادة التي تشير إلى قضايا معقدة وجعلها صالحة للقراءة والفهم. ويؤدي هذا إلى وضع صورة مشوشة للجمهور، وفي بعض الأحيان تقوّض مصداقية الصحفيين بشأن القضايا البيئية؛
  - هناك عدد كبير من النشرات الصحفية موجهة نحو الأزمات وغير متسقة وتفكر إلى المتابعة وغير كافية لتحليل القضية؛
  - ويتعين على وحدة تنسيق البحر المتوسط أن تتناول الصحافة بأقصى حد من الكفاءة لتعزيز أهداف خطة عمل البحر المتوسط وأنشطتها.

## توصيات

- تحسين الاتصال مع وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال موظف الإعلام المتوقع في وحدة تنسيق البحر المتوسط؛
- إعداد مجموعة مواد صحفية بمعلومات أساسية عن أهداف وأنشطة خطة عمل البحر المتوسط لتوزيعها خلال المؤتمرات الصحفية وخلال أسبوع بيئة البحر المتوسط وما إلى ذلك؛
- إصدار نشرات صحفية دورية لخطة عمل البحر المتوسط ومقالات خاصة بالإنجليزية والفرنسية والعربية؛
- استخدام جهات الاتصال الإعلامية لخطة عمل البحر المتوسط لإرسال معلومات الخطة إلى وسائل الإعلام المحلية.

## ٥-٦ وسائل أخرى

- المعارض
- التلفزيون/أفلام فيديو
- مناسبات خاصة

## المعارض

نظمت خطة عمل البحر المتوسط المعارض التالية:

- لوحات معرض ١٩٨٣ :
  - أقام في عام ١٩٨٣ السيد T. Farcas الخبير الاستشاري في فرع المياه، جنيف، معرضاً يتألف من ١٢ لوحة خفيفة الوزن تم عرضها في عام ١٩٨٣ خلال اجتماع الأطراف المتعاقدة في دوبروفنك.
- لوحات معرض ١٩٨٥ :
  - أقام في عام ١٩٨٥ السيد N. Gabrielli وهو مهندس معماري وخبير استشاري من بلدية جنوه معرضاً جديداً لخطة عمل البحر المتوسط. وتألف المعرض من ٣٥ لوحة من الألمنيوم مغطاة بطبقة من البلاستيك يصل وزن كل منها ٥ كيلوجرامات. وأقيم المعرض خلال اجتماع عام ١٩٨٥ للأطراف المتعاقدة في جنوه؛ وفي أثينا في كانون الأول/ديسمبر عام ١٩٨٥ كجزء من الاحتفال العاشر لخطة عمل البحر المتوسط؛ وفي الجزائر في آذار/مارس ١٩٨٦؛

وفي تونس في تشرين الثاني/نوفمبر ١٩٨٦؛ وفي نيروبي (الأسبوع الثقافي الفرنسي) في آذار/مارس ١٩٨٧؛ وفي مالطة في تموز/يوليه ١٩٨٨؛ وفي طرابلس (ليبيا) في شباط/فبراير ١٩٨٩.

وفي آذار/مارس ١٩٩٠ أوقفت خطة عمل البحر المتوسط استخدام هذا المعرض نظراً لأن البيانات الواردة فيه أصبحت قديمة.

- لوحات معرض ١٩٩٢:

في عام ١٩٩٢ أقام M. Cinparis الخبير الاستشاري وكبير مساعدي الإعلام والمؤتمرات معرضاً جديداً لخطة عمل البحر المتوسط. وتألف المعرض من ١٨ لوحة خفيفة الوزن وسهلة النقل و٤٣ صورة فوتوغرافية مع نصوص. وقد عُرضت في Thessaloniki International Fair في أيلول/سبتمبر ١٩٩٢ وفي Piraeus بمناسبة Music, Vision, Media Exhibition في تشرين الثاني/نوفمبر ١٩٩٢؛ وفي أثينا بمناسبة Multimedia Exhibition في كانون الأول/ديسمبر ١٩٩٢؛ وفي HELECO Exhibition في نيسان/أبريل ١٩٩٣؛ وفي نيقوسيا في أيلول/سبتمبر ١٩٩٣؛ وفي Thessaloniki International Fair في أيلول/سبتمبر ١٩٩٣؛ وفي أنطاليا في تشرين الأول/أكتوبر ١٩٩٣؛ وفي Thessaloniki International Fair في أيلول/سبتمبر ١٩٩٤. وفي كانون الثاني/يناير ١٩٩٥، أوقفت خطة عمل البحر المتوسط استخدام المعرض نظراً لأن البيانات الواردة فيه أصبحت قديمة.

- Computer slide show on MAP:

أعدته وحدة معالجة البيانات وعرض على الوفود في برشلونة خلال اجتماع الأطراف المتعاقدة في برشلونة في عام ١٩٩٥.

- معرض صور برنامج الأمم المتحدة للبيئة:

أعيرت ٦٠ صورة فوتوغرافية من برنامج الأمم المتحدة للبيئة في نيروبي دون نصوص. وتم عرضها في المركز الثقافي لبلدية أثينا في أيلول/سبتمبر ١٩٩٤. وقد افتتحه منسق خطة عمل البحر المتوسط ونائب عمدة أثينا.

ينبغي أن يؤخذ في الاعتبار أن هذه المعارض كان القصد منها أن تكون نقالة لعرضها المتكرر في أنحاء منطقة البحر المتوسط وهي بالفعل ليست سهلة النقل ويتكلف نقلها كثيراً.

## توصيات

- وضع مجموعة جيدة من الشرائح المصورة و/أو صور شفافة ليستخدمها الموظفون المهنيون ومراكز الأنشطة الإقليمية؛
- وقف هذه الأنواع من المعارض التي يتكلف نقلها كثيراً؛
- تشجيع ودعم المعارض التي يجري تنظيمها على المستوى الوطني والمحلي ولا سيما معارض الأطفال.

## التلفزيون/وأفلام الفيديو

- أنتجت خطة عمل البحر المتوسط فيديو في عام ١٩٩٥ مدته ١٥ دقيقة يتبع عن كثب الخطوط الموضوعية لأول كتيب لخطة عمل البحر المتوسط.
- يفتقر هذا الفيديو إلى التشويق الإبداعي والمحلي وهو قديم.

- أنتجت مؤسسة التلفزيون لأغراض البيئة في عام ١٩٩٠ فيديو لمدة ٥٢ دقيقة: "Mucking up the MED". وبالرغم من النجاح الكبير لهذا الفيديو أصبح قديماً الآن.

### توصيات

- ضمان أموال (خارجية) لاستكمال الفيديو ولقطات تلفزيونية عن بيئة البحر المتوسط وخطة عمل البحر المتوسط وتشجيع الخطة وأنشطتها.

### المناسبات الخاصة

#### يوم البيئة العالمي

إن المواد المتعلقة بيوم البيئة العالمي يعدها وينتجها وينشرها مباشرة مقر برنامج الأمم المتحدة للبيئة. وينبغي ملاحظة أن هذه المواد تصل الأطراف المتعاقدة ومراكز الأنشطة الإقليمية في أواخر أيار/مايو.

#### أسبوع بيئة البحر المتوسط (إعلان جنوه لعام ١٩٨٥)

حتى اليوم، يجري الاحتفال أحياناً بأسبوع بيئة البحر المتوسط. ومع ذلك، يمكن أن يصبح أقصى تعبير لتضامن الأطراف المتعاقدة. إن أسبوع بيئة البحر المتوسط فرصة متفردة لإحياء خطة عمل البحر المتوسط لجمهورها.

ولتحقيق نتائج وتخطيط جيد وإنتاج مواد ذات علاقة، ينبغي أن تنظم وحدة تنسيق البحر المتوسط في الوقت المناسب للنشر والتخطيط بعناية للمناسبات بالتعاون الوثيق مع الأطراف المتعاقدة ومراكز الأنشطة الإقليمية.

### توصيات

- إشراك المدارس في مسابقات الرسم ومنح جوائز خلال أسبوع بيئة البحر المتوسط؛
- النظر في إنشاء جوائز خاصة، مثل "أكثر الشركات وعياً بالبيئة".

## موجز التوصيات

### مقدمة

لقد تم الانتهاء من ثلاث توصيات وتمت الموافقة عليها عند انتهاء اجتماع الفريق العامل بشأن الاستراتيجية الإعلامية لخطة عمل البحر المتوسط (أثينا، ١-٢ نيسان/أبريل ١٩٩٩). وقد تم ترتيبها على أساس عمل قصير ومتوسط وطويل الأجل وتمت الإشارة إليها في النص الأساسي للوثيقة حسب الموضوع.

### توصيات

#### قصيرة الأجل (صفر-١٢ شهراً)

- إنشاء وظيفة موظف إعلامي لدوام كامل في وحدة تنسيق البحر المتوسط؛
- إنشاء وظيفة أمين مكتبة لدوام كامل في وحدة تنسيق البحر المتوسط؛
- دعوة الأطراف المتعاقدة لتعيين جهات اتصال بشأن الإعلام؛
- الارتقاء بعرض سلسلة التقارير التقنية لخطة عمل البحر المتوسط ونوعية الطباعة؛
- استخدام خدمات مهنية لتعزيز تصميم Web Site خطة عمل البحر المتوسط؛
- وضع نص إلكتروني للأمواج المتوسط على Web Site خطة عمل البحر المتوسط؛
- تعيين مسؤولية لمحتوى واستكمال Web Site لموظف الإعلام المتوقع في وحدة تنسيق البحر المتوسط؛
- على كل مركز أنشطة إقليمية أن يعين موظفاً مسؤولاً عن الإعلام؛
- بالتعاون مع جهات الاتصال الإعلامي المتوقعة ومراكز الأنشطة الإقليمية، ضمان الاستعراض الصحيح والاستكمال المنتظم للقائمة البريدية لخطة عمل البحر المتوسط لمزيد من الاستخدام الكفؤ؛
- ضمان الإيداع في الوقت المناسب لجميع تقارير ومنشورات مراكز الأنشطة الإقليمية في مكتبة وحدة تنسيق البحر المتوسط؛
- وضع مجموعة جيدة من الشرائح المصورة و/أو الشفافة ليستخدمها الموظفون المهنيون ومراكز الأنشطة الإقليمية.

#### متوسطة الأجل (١٢-٢٤ شهراً)

- تعيين واستخدام شعار مشترك لخطة عمل البحر المتوسط (علامة تعريف لخطة عمل البحر المتوسط) في جميع منشورات الخطة (وحدة تنسيق البحر المتوسط ومراكز الأنشطة الإقليمية) بما في ذلك شعار خطة عمل البحر المتوسط؛
- تحسين تصميم وإخراج أمواج المتوسط. وتقييم جدوى زيادة تواتر نشر أمواج المتوسط (٦ أعداد سنوياً) بالتزامن مع خفض عدد الصفحات؛
- تخصيص صفحة أو نصف صفحة لكل مركز أنشطة إقليمية وشفرة لشركاء خطة عمل البحر المتوسط والمنظمات غير الحكومية وجعل المساهمين مسؤولين عن توفير النصوص لاستكمال الصفحة؛
- استكمال الكتيب المؤسسي لخطة عمل البحر المتوسط حسب الضرورة باللغات الإنجليزية والفرنسية والعربية؛
- وضع (أ) كتيب ترويجي وتحليلي جذاب وسهل القراءة والاستيعاب؛
- (ب) منشور يركز على بيئة البحر المتوسط باللغات الإنجليزية والفرنسية والعربية وجميع لغات البحر المتوسط في المدى الطويل؛

- تنظيم جمع مكتبة وحدة تنسيق البحر المتوسط في شكل إلكتروني لتيسير جمع خدمات المكتبة وإدارتها وتطويرها وتعزيزها؛
- تعزيز وجود مكتبة وحدة تنسيق البحر المتوسط على Web Site خطة عمل البحر المتوسط؛
- جعل محتوى الـ Web Site باللغتين الإنجليزية والفرنسية؛
- تحسين الاتصال مع وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال الموظف الإعلامي المتوقع في وحدة تنسيق البحر المتوسط؛
- إصدار نشرات صحفية دورية لخطة عمل البحر المتوسط ومقالات خاصة بالإنجليزية والفرنسية والعربية؛
- استخدام جهات الاتصال الإعلامية لخطة عمل البحر المتوسط المتوقعة لنشر المعلومات عن خطة عمل البحر المتوسط على وسائل الإعلام المحلية؛
- إعداد مجموعة مواد صحفية بمعلومات أساسية عن أهداف وأنشطة خطة عمل البحر المتوسط وتوزيعها خلال المؤتمرات الصحفية وخلال أسبوع بيئة البحر المتوسط وما إلى ذلك؛
- إشراك المدارس في مسابقات الرسم ومنح جوائز خلال أسبوع بيئة البحر المتوسط؛
- تدقيق سلسلة التقارير التقنية لخطة عمل البحر المتوسط وتحريرها من قبل محرر مؤهل من الأفضل أن يكون له خلفية علمية قبل توزيعها.

### طويلة الأجل

(٢٤-٣٦ شهراً)

- ينبغي أن تتاح منشورات خطة عمل البحر المتوسط بالإنجليزية والفرنسية وينبغي بذل جهود خاصة لإصدارها بالعربية أيضاً وفضلاً عن ذلك ينبغي توزيع المنشورات في المكان المخصص لها خلال الاجتماعات؛
- وضع كتيب خاص للأطفال والشباب ومن الممكن كجزء من مجموعة توثيقية شاملة؛
- تصميم سلسلة من الإعلانات والملصقات باعتبارها وسيلة ممتازة للوصول إلى الجمهور العام، على أن يكون الأثر بصرياً ويشمل شعار خطة عمل البحر المتوسط وعندما يوجد نص ينبغي أن يكون باللغة المحلية؛
- إنشاء شبكة إعلامية لمكتبة خطة عمل البحر المتوسط مع خدمات مكتبة وحدة تنسيق البحر المتوسط باعتبارها جهة اتصال والمساهمة الفعالة لمراكز الأنشطة الإقليمية للمشاركة في المعلومات ونشرها؛
- تنظيم برامج تدريبية عن إدارة المعلومات والوعي الجماهيري لمواطني بلدان البحر المتوسط النامية؛
- ضمان أموال (خارجية) لاستكمال الفيديو والإعلانات التلفزيونية لبيئة البحر المتوسط وخطة عمل البحر المتوسط وتشجيع الخطة وأنشطتها؛
- النظر في إنشاء جوائز خاصة، مثل "أكثر الشركات وعياً بالبيئة".